



Trinken und Essen mit Genuss: WMF empfiehlt relevante Produkte für beste kulinarische Erlebnisse

AIR | Personalization für WMF

Quick facts

Herausforderung

- › Steigerung der Relevanz von Newsletter und E-Mail-Journeys (Klickraten, Umsatz)
- › Aufbau von verhaltensbasierten, automatisierten E-Mail-Journeys für Besucher des Onlineshops

Lösung

- › Analyse des Nutzerverhaltens in Echtzeit in Onlineshop und Newsletter
- › Personalisierte Produktempfehlungen im Newsletter und E-Mail-Journeys
- › Automatisierte E-Mail-Kampagnen auf Basis des Personalization Add-On Profiler

Ergebnis

- › Steigerung der Newsletter-Klicks auf Produkte um 66% durch personalisierte Produktauswahl
- › Verringerung des Aufwands für manuelle Produktselektion
- › Berücksichtigung der Produktverfügbarkeit in Echtzeit (auch nach Versand der Newsletters)
- › Steigerung des Umsatzes durch neue E-Mail-Journeys

Was unser Kunde sagt

„Wir sind vom Erfolg der personalisierten Kundenansprache überzeugt. Wir erreichen wesentlich höhere Klick- und Umsatzzahlen durch relevante Artikelempfehlungen im regelmäßigen Newsletter sowie in unseren E-Mail-Journeys. Echtzeit-Algorithmen ersetzen den manuellen Aufwand für die Auswahl passender Produkte.“

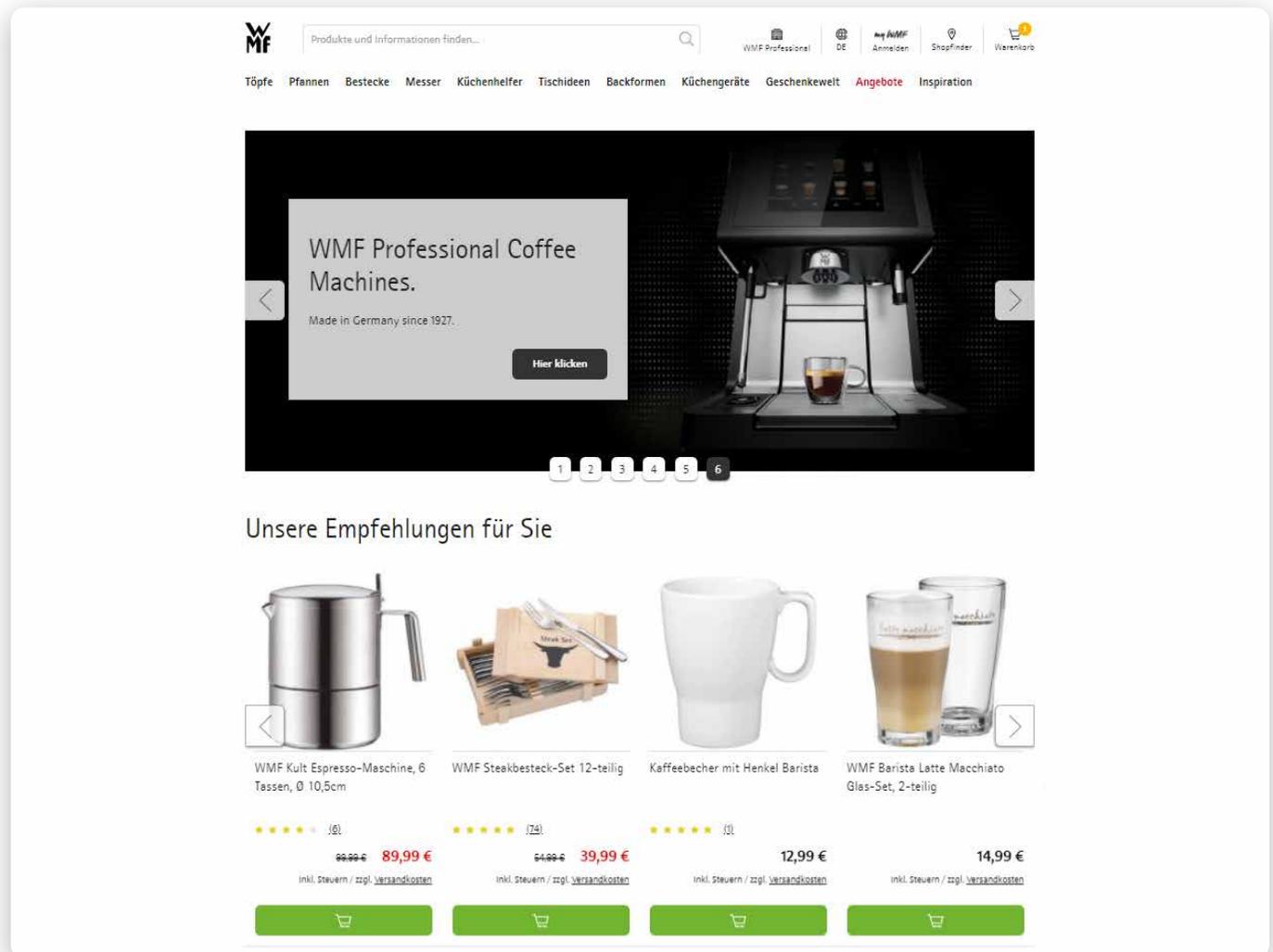
Alexandra Connor, Head of CRM

Echtzeit-Personalisierung im Newsletter und im Onlineshop steigert Kundenbindung und Umsatz bei WMF

WMF bietet sowohl B2B- als auch B2C-Kunden hochwertige Produkte für eine außerordentliche Koch-, Trink-, und Esskultur. Das digitale Sortiment von WMF umfasst rund 3.000 stilvolle Begleiter für kulinarische Erlebnisse. Seit 2019 setzt das Unternehmen auf eine personalisierte Kundenansprache im Onlineshop durch den Einsatz der Künstlichen Intelligenz (KI) von prudsys | Member of the GK Software Group. In 2020 wurde auch im E-Mail-Marketing auf die intelligente Ausspielung von Produkten durch prudsys umgestellt.

Die Herausforderung

Produkte von WMF stehen für Qualität und schönes Design. Um die Kundenbindung auch außerhalb des Ladengeschäftes zu stärken und gleichzeitig den Umsatz zu steigern, entschied sich das Unternehmen, personalisierte Inhalte im Onlineshop und Newsletter zu testen. So verglich WMF im ersten Schritt die bis dato manuell gewählten Produktempfehlungen mit den automatisch berechneten Empfehlungen durch die KI im Newsletter. Der Erfolg für die KI führte zum Ausbau der personalisierten Kundenansprache in weiteren Formaten.



The screenshot displays the WMF website interface. At the top, there is a search bar with the text "Produkte und Informationen finden..." and a search icon. To the right of the search bar are navigation links for "WMF Professional", "DE", "my WMF Anmelden", "Shopfinder", and "Warenkorb". Below the search bar is a horizontal menu with categories: "Töpfe", "Pfannen", "Bestecke", "Messer", "Küchenhelfer", "Tischdecken", "Backformen", "Küchengeräte", "Geschenkwelt", "Angebote", and "Inspiration".

The main content area features a large banner for "WMF Professional Coffee Machines." with the text "Made in Germany since 1927." and a "Hier klicken" button. Below the banner is a carousel of six small images.

Below the banner is a section titled "Unsere Empfehlungen für Sie" (Our recommendations for you). This section displays four product cards, each with a product image, a title, a price, and a green "Add to Cart" button. The products are:

- WMF Kult Espresso-Maschine, 6 Tassen, Ø 10,5cm. Price: 89,99 € (original price 99,99 €).
- WMF Steakbesteck-Set 12-teilig. Price: 39,99 € (original price 64,99 €).
- Kaffeebecher mit Henkel Barista. Price: 12,99 €.
- WMF Barista Latte Macchiato Glas-Set, 2-teilig. Price: 14,99 €.

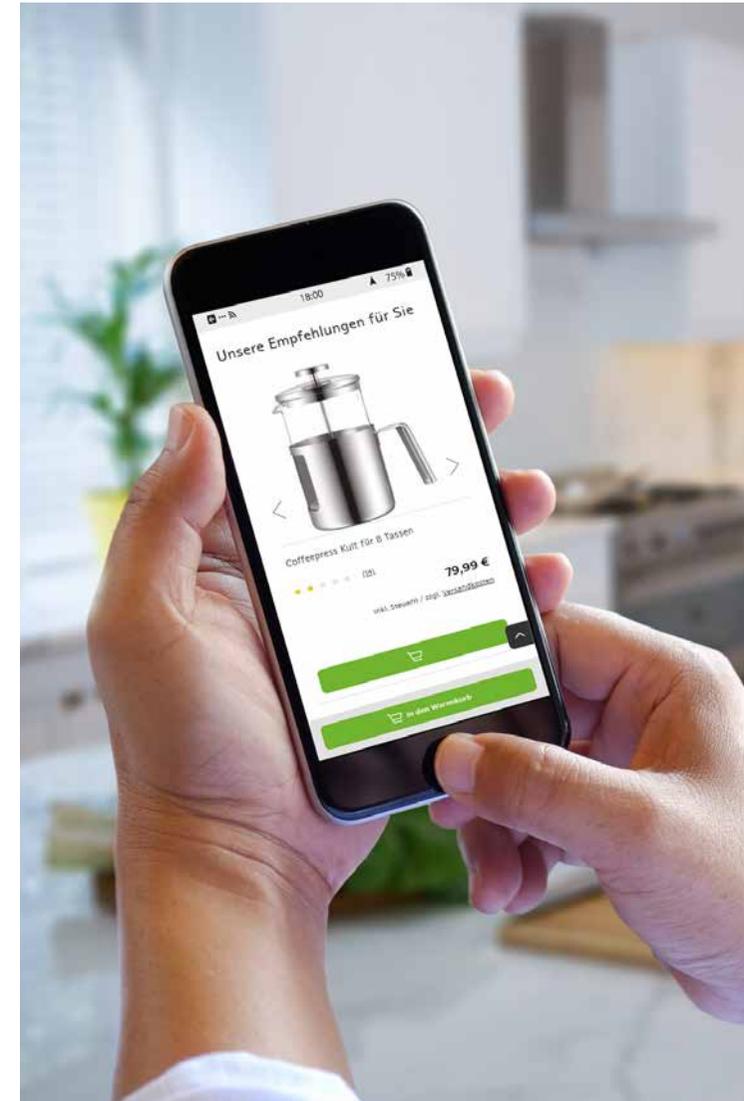
Die Lösung

Die Implementierung der KI in Form von AIR | Personalization mit dem Add-On Newsletter und dem Add-On Profiler erfolgte 2020 im deutschen Onlineshop und im Newsletter von WMF.

Im regelmäßigen WMF-Newsletter erhalten Empfänger Artikel-Empfehlungen auf Basis verschiedener Empfehlungstypen. Das Add-On Newsletter generiert die Inhalte erst mit dem Öffnen des Newsletters in Echtzeit auf Basis des Nutzerverhaltens in Onlineshop und Newsletter.

Besonderes Augenmerk legt das Unternehmen auf seinen automatisierten Kampagnen-Newsletter. Das Add-On Profiler selektiert die Kunden, die sich für ein bestimmtes Produkt oder Produktkategorie interessieren. Kunden des WMF-Onlineshops erhalten zeitnah nach ihrem Besuch einen Kampagnen-Newsletter mit Empfehlungen aus ihrer Lieblingskategorie. Die Informationen zu den Produktpräferenzen der Kunden werden zurück ins CRM-System von WMF gespielt.

Neben den verschiedenen Newsletter-Formaten stimmt WMF auch die Inhalte im Onlineshop individuell auf seine Besucher ab. Kunden profitieren von einem personalisierten Einkaufserlebnis, beispielsweise auf der Startseite, auf Kategorie-seiten, Artikeldetailseiten oder Warenkorbseiten. Die angezeigten Empfehlungen fördern das Cross-Selling im WMF-Onlineshop und sorgen für höhere Warenkorbwerte.





Das Ergebnis

WMF erreicht durch den Einsatz der KI eine erfolgreiche, individuelle Kundenansprache im Onlineshop und Newsletter und stärkt so seine Kundenbindung.

Im regelmäßigen Newsletter führten die personalisierten Inhalte zu einem Anstieg der Klickraten auf Produkte um 66% im Vergleich zum Newsletter-Vorgänger.

Auch der automatisierte Kampagnen-Newsletter mit Artikeln aus der Lieblingskategorie des Kunden erreicht eine hohe Resonanz, die Klickraten der Empfehlungen liegen im 2-stelligen Bereich.

Und auch die Empfehlungen im WMF-Online-shop erreichen eine hohe Akzeptanz bei den Shop-Besuchern. Der Umsatz aus Empfehlungen liegt aktuell bei über 11 %.

WMF testet und verbessert die unterschiedlichen Personalisierungsformate stetig. Das Unternehmen plant, im Rahmen des anstehenden Shop-Relaunches die Personalisierungsflächen weiter auszubauen. Auch für das Loyalty-Programm sollen weitere Business Cases im Bereich Personalisierung folgen.



prudsys AG

Member of the GK Software Group

Zwickauer Straße 16
09112 Chemnitz
Deutschland

T +49 371 27093 - 0

F +49 371 27093 - 90

info@prudsys.com

air.prudsys.com

© 2021 GK Software SE or a GK Software affiliate company. All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or for any purpose without the express permission of GK Software SE. The information contained herein may be changed without prior notice.

Some software products marketed by GK Software SE and its distributors contain proprietary software components of other software vendors. National product specifications may vary.

These materials are provided by GK Software SE and its affiliated companies ("GK Software Group") for informational purposes only, without representation or warranty of any kind, and GK Software Group shall not be liable for errors or omissions with respect to the materials. The only warranties for GK Software Group products and services are those that are set forth in the express warranty statements accompanying such products and services, if any. Nothing herein should be construed as constituting an additional warranty.

GK Software and other GK Software products and services mentioned herein as well as their respective logos are trademarks or registered trademarks of GK Software SE in Germany and other countries.